



Digitale und analoge Welt **konsequent vernetzen**

Ohne „APIs“ läuft im Internet nichts. Auch in Unternehmen können diese Programmierschnittstellen dabei unterstützen, Geschäftsabläufe zu verbessern und effizienter zu gestalten. Zum Beispiel in der Postverarbeitung bringen sie entscheidende Vorteile mit sich.

Die Auswirkungen der Digitalisierung sind sichtbar, doch die Digitalisierung selbst ist es nicht. So lässt sich mit Software prima arbeiten, ohne dass man sie anfassen kann. APIs, also Application Programming Interfaces, könnte man sogar als die heimlichen Helden des digitalen Zeitalters bezeichnen, so nützlich und hilfreich sind sie. Dabei weiß nicht jeder, was das ist, und wir merken oft nicht einmal, dass wir sie nutzen – etwa wenn wir die Facebook- oder Twitter-Symbole unter einem Nachrichtenbeitrag anklicken, um ihn auf unseren Profilen zu teilen. Dieser Prozess benötigt eine API, das heißt eine Schnittstelle zwischen den unterschiedlichen Anwendungen und Webseiten, damit diese sich verstehen. Das ganze Internet ist voll mit diesen Webservices. Diese unscheinbaren Werkzeuge treiben den digitalen Wandel voran, zeigt auch eine Studie der Google-

Tochter Apigee: Zwischen 2014 und 2015 hat sich der API-Traffic fast verdreifacht.

Für Unternehmen bieten APIs zahlreiche Einsatzfelder und eröffnen sogar neue Umsatzmöglichkeiten, weiß Burkhard Heihoff, Geschäftsführer von Pitney Bowes Deutschland: „Mit einer API-Strategie können Unternehmen jeder Größe ihre Arbeitsabläufe verbessern. So erleichtern APIs die Zusammenarbeit, erzeugen eine höhere Transparenz, helfen dabei, Risiken zu erkennen und zu minimieren, reduzieren Fehler in adressierbaren Daten und ermöglichen genauere Vorhersagen.“ Darüber hinaus nutzen Unternehmen APIs, um ihre Daten zu monetarisieren, indem sie Partnern und Programmierern bestimmte Datensätze zur Verfügung stellen. Salesforce erzeugt zum Beispiel laut Harvard Business Review 50 Prozent seines Umsatzes durch APIs, eBay 60 Prozent und

Expedia sogar ganze 90 Prozent. Expedia bietet seinen Nutzern die Möglichkeit, mithilfe von APIs über Webseiten von Drittanbietern Flüge, Autos oder auch Hotels zu buchen. eBay wiederum nutzt APIs, um seine Auktionen auf anderen Webseiten sichtbar zu machen, Bieterinformationen über verkaufte Artikel zu erhalten, Feedback zu Transaktionen zu sammeln und neue Artikel zum Verkauf aufzulisten.

Für Heihoff ist natürlich besonders interessant, wie APIs ihre Vorteile in die Postbearbeitung einbringen können. „In der Postbearbeitung stehen APIs sowohl aus Unternehmens- als auch aus Kundensicht für Zeitersparnis und Prozesssicherheit“, erklärt er. „Die Wiederverwendung einer bereits vorhandenen API ist mit wesentlich geringeren Kosten bei der Integration verbunden, da es sich um eine standardisierte Schnittstelle handelt. Somit kann

ein gewisser Grad an Standardisierung in der Postbearbeitung erfolgen und neue Features lassen sich schneller implementieren. Durch die Bereitstellung einer API für ein Softwareprodukt in der Postbearbeitung können Kunden zudem eine engere Anbindung an das Produkt erzielen. Das schafft Alleinstellungsmerkmale und eine engere Kundenbindung.“

Da die Funktionsfähigkeit der standardisierten Schnittstellen garantiert sei, erhielten wiederum die Kunden ein hohes Maß an Sicherheit. Sowohl die Unternehmens-IT als auch die Kunden könnten sich in der Regel auf einen reibungslosen Prozess verlassen. Weiterhin beschleunige die Standardisierung Projektumsetzungen, da keine komplizierten Sonderwege nötig seien.

APIS FÜR DIE POSTVERARBEITUNG

APIs sind in der Postbearbeitung keine Neulinge: Die Deutsche Post bietet im Rahmen des Infrastrukturrabatts eine API an, um Strukturdaten auf digitalem Weg übermitteln zu können. Moderne Frankiermaschinen können diese API nun verwenden, um eine Verbindung zwischen analogen Briefsendungen und digitaler Einlieferung herzustellen. Noch einen Schritt weiter geht hierbei eine Software, die auf der einen Seite Strukturdaten an die Deutsche Post übermitteln kann und diese auf der anderen Seite den Kunden selbst über eine eigene API bereitstellt.

„Im Bereich E-Rechnung greifen Outputmanagement-Lösungen via API auf zusätzliche Funktionen zu“, ergänzt Heihoff. „Durch diese Integration können Unternehmen auf

KLEINE HELFER, GROSSE WIRKUNG: Obwohl wir sie eigentlich gar nicht wahrnehmen, können APIs maßgeblich zum Versanderfolg in der Postbearbeitung beitragen.



„Mithilfe von APIs kann ein gewisser Grad an Standardisierung in der Postbearbeitung erfolgen und neue Features lassen sich schneller implementieren.“

BURKHARD HEIHOFF, Geschäftsführer von Pitney Bowes Deutschland



gesetzliche Anforderungen wie EDI, X-Rechnung oder ZUGFeRD reagieren, ohne die Prozesse auf Kundenseite ändern zu müssen.“

Der Postversand profitiere ebenfalls deutlich von Schnittstellen, ob zu standortbasierten Lösungen oder zu Informationen von Dienstleistern. Unternehmen können beispielsweise durch die Integration von APIs mit einer Vielzahl von Frachtführern unkompliziert und schnell tagesaktuelle Routing-Informationen und Preise abfragen. Das verbessere die innerbetriebliche Effizienz und wirke sich somit direkt positiv auf die Geschäftsergebnisse aus.

„Klassische Anbieter von Hardware – gerade auch in der Versandbranche – müssen ihre Technik erweitern, um mit der Digitalisierung noch Schritt halten zu können“, ist sich Heihoff sicher. „Dabei spielen APIs eine entscheidende Rolle: Neue Industriedrucker,

Kuvertier- und Frankiermaschinen sowie andere Hardware sind heute standardmäßig mit Apps und Internetanbindung ausgestattet, um ihre Funktionalität zu erweitern. Die direkte Anbindung an bestehende Technik im Unternehmen oder bei Partnern ermöglicht einen schnellen, effizienten Datenaustausch – beispielsweise um den tagesaktuell günstigsten Anbieter für ein bestimmtes Poststück zu ermitteln. Der Zugriff auf Unmengen von Daten und Informationen erlaubt darüber hinaus, mit cleveren Ideen neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen.“

Dafür hat der Postexperte ein anschauliches Beispiel: In Australien hat Sendle, ein Anbieter für Versandlösungen, eine Plattform entwickelt, die ein landesweit einheitliches Preissystem für den Paketversand schafft. Ähnlich wie Uber oder Airbnb verfolgt das Unternehmen die Strategie, nur als Agent aufzutreten. So agiert Sendle als Vermittler zwischen den großen Postdienstleistern sowie Aggregatoren und Resellern. Das erlaubt insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen einen unkomplizierten, kostengünstigen Versand: Die über 5.000 möglichen Tarife werden auf 18 reduziert und dabei teilweise um mehr als 70 Prozent gesenkt. APIs sorgen hier für einen reibungslosen Ablauf zwischen den unterschiedlichen Anbietern und den Frankiermaschinen der Geschäftskunden.

„Deutsche Unternehmen stehen Plattformmodellen jedoch noch häufig skeptisch gegenüber“, bedauert Burkhard Heihoff. „Im Zuge der Digitalisierung ist es aber nahezu unausweichlich, die digitale und analoge Welt konsequent zu vernetzen, um im Wettbewerb bestehen zu können. Und dabei sind APIs ein entscheidender Faktor.“ (akn) ■